

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

Odsjek za sociologiju

Diplomski rad

**KOMERCIJALIZACIJA JAVNOG PROSTORA ULICA U SREDIŠTU GRADA
ZAGREBA**

Martina Petrović

Mentorica: dr. sc. Jana Vukić

ZAGREB, 2018.

KOMERCIJALIZACIJA JAVNOG PROSTORA ULICA U SREDIŠTU GRADA ZAGREBA

COMMERCIALIZATION OF PUBLIC SPACE: CASE OF THE STREETS IN ZAGREB CITY CENTER

Martina Petrović

SAŽETAK:

Predmet istraživanja ovog rada je komercijalizacija javnih prostora na primjeru odnosa gradske ulice i terasa ugostiteljskih objekata u užem središta Zagreba. Istraživanje je dokumentiralo i opisalo prostorne transformacije ulica do kojih je dovelo povećanje broja terasa ugostiteljskih objekata u središtu grada Zagreba. Pritom su istraženi i uspoređeni stavovi studenata i stručnjaka iz područja sociologije, povijesti umjetnosti i arhitekture o komercijalizaciji javnih prostora i transformacija prostora ulice iz javnog u polu-javni prostor te su utvrđena njihova stajališta o kulturnim, sociološkim i ekonomskim uzrocima i posljedicama povećanja broja terasa ugostiteljskih objekata.

Ključne riječi: komercijalizacija, javni prostor, ulica, Zagreb, terase, turizam

Sadržaj:

1. Uvod	4
2. O javnom prostoru	5
3. Procesi privatizacije i komercijalizacije zagrebačkog javnog prostora	7
4. Metodologija istraživanja	15
4.1. Metoda promatranja	16
4.1.1 Osnovne karakteristike prostora	16
4.1.2. Korištenje i transformacija prostora s obzirom na godišnje doba	19
4.1.3. Urbana oprema	21
4.1.4. Promet	23
4.2. Polustrukturirani intervju	24
A) Stavovi studenata	
4.2.1. Opis osnovnih karakteristika prostora istraživanja	24
4.2.2. Posjećenost prostora istraživanja	26
4.2.3. Transformacija prostora	28
4.2.4. Komercijalizacija javnog prostora	29
4.2.5. Prijedlozi za (pre) oblikovanje prostora	33
4.2.6. <i>Zagrebačka špica</i>	35
B) Stavovi stručnjaka	37
5. Diskusija	39
6. Zaključak	40
8. Literatura	42
9. Prilog	
Prilog 1: Tablica promatranja	43
Prilog 2: Fotodokumentacija	46
Prilog 3: Protokol za intervju	50

1. Uvod

Javni prostor grada predstavlja prostor koji pripada svima i koji je svima jednako dostupan te se često naziva zajedničkim ili javnim dobrom. Prostor je to društvene interakcije i socijalne razmjene. Unutar Zagreba važnu društvenu ulogu imaju ulice koje se nalaze u neposrednoj blizini glavnog gradskog trga. Tako je Tkalčićeva ulica u turističkoj ponudi istaknuta kao „najživlja ulica“ te jedno od najpopularnijih gradskih okupljališta prvenstveno radi bogate ugostiteljske ponude.

Uz nju se spominje i Bogovićeve ulice koja se subotom ujutro pretvara u najpoželjnije mjesto u gradu – *zagrebačku špicu*. Ono što im je zajedničko jest upravo velik broj terasa različitih ugostiteljskih objekata. Kultura ispijanja kave i razvoj konzumerizma pogodovali su daljnjem širenju ugostiteljskih objekata u užem središtu grada. Terasa su „preuzele“ ulice. I dok je ulica javni prostor dostupan svima, terase ugostiteljskih objekata predstavljaju polu-javni prostor u kojem je boravak dopušten isključivo onim korisnicima koji si to mogu financijski priuštiti.

Korištenje terasa obično vezemo uz ljetne mjesec, ali tehnološki napredak i upotreba nove opreme (poput grijalica) omogućili su otvorenost terasa tijekom cijele godine što je dodatno pogodovalo njihovoj popularizaciji. Dok je njihovo korištenje evidentno, stavovi o terasama na javnim površinama se uvelike razlikuju. Za neke je riječ o vrlo ugodnim mjestima boravka, jedni u njima vide isključivo utilitarnu namjenu, drugi o njima ne razmišljaju, a postoje i oni koji im se oštro protive.

U ovom su radu prikazane osnovne karakteristike i različiti sociološki aspekti javnih prostora i javnog života grada te različiti teorijski pristupi analizi javnog prostora u okviru urbane sociologije. Također, u radu su predstavljeni rezultati empirijskog istraživanja čiji je cilj bio analizirati komercijalizaciju javnih prostora na primjeru odnosa gradske ulice i terasa ugostiteljskih objekata u užem središta Zagreba. Istraživanje je usmjereno na otkrivanje stavova stručnjaka i studenata sociologije, povijesti umjetnosti i arhitekture prema pojavi i korištenju terasa na prostoru ulice.

2. O javnom prostoru

Javni prostor definiramo kao prostor koji je svima dostupan dvadeset četiri sata dnevno, ispunjen je javnim sadržajima i njime upravlja Grad na dobrobit njegovih sugrađana. Javni prostor grada predstavlja prostor koji pripada svima i koji je svima jednako dostupan te se često naziva zajedničkim ili javnim dobrom. Riječ je o prostoru društvene interakcije koji je ogledalo individualnih ponašanja, socijalnih procesa i javnih vrijednosti (Čaldarović 1996: 86). U njemu se „istovremeno reflektiraju kultura, običaji, osobne impresije i svakodnevne prakse jednog društva u trenutnoj konjunkturi vremena“ (Čaldarović 2011: 120).

Riječ je o fizičkom mjestu na kojem se javnost ostvaruje te koje istovremeno služi kao ogledalo individualnih ponašanja, socijalnih procesa i javnih vrijednosti (Adam 1990, Giddens 1987, Low 1992., et al. prema Čaldarović 1996:86). Ipak pod sintagmom *javni prostor* se ne podrazumijevaju svi isti sadržaji, dimenzije i konceptualizacije. Nije riječ o jedinstvenom konceptu i nema jednoznačno određenje. Javni se prostori međusobno razlikuju po tipu izgrađenosti, stupnju opremljenosti sadržajima, načinima korištenja, ali i razumijevanju pojma javnosti koji je od centralnog značenja za njihovo određivanje (Čaldarović 2011: 121). Javni prostor je jedna od glavnih odrednica urbane sociologije koja razmatra odnose prostornog i socijalnog. Također, važnu ulogu zauzima i unutar arhitektonsko–urbanističke terminologije, no ondje se doživljava kao povijesno-arhitektonska konstanta (Kritovac, 1999: 36).

Javni prostori imaju niz socijalnih karakteristika i njihova socijalna dimenzija nije jednostrana. U svom djelu *Urbano društvo na početku 21. stoljeća* Ognjen Čaldarović navodi iduće sociologijske karakteristike i dimenzije javnih prostora: privatnost – javnost, vezanost uz prostore, permeabilnost i fragilnost, tipizacije, upotreba, temporalnost, oblici socijalnih okupljanja, atrakcijski i simbolički elementi, procesualnost i percepcija, povijesno nasljeđe te konflikti i njihov utjecaj na javne prostore (Čaldarović, 1996: 86-87). Među istaknutim karakteristikama i dimenzijama javnog prostora za ovaj rad su posebno značajne kategorije privatnosti – javnosti, vezanosti uz prostore te permeabilnost i fragilnost.

Javne prostore se može promatrati kao mjesta ispoljavanja društvenosti, razmjene i interakcije. Tako sociologinja Fran Tonkiss analizirajući socijalnu dimenziju definira tri tipa javnog prostora grada kao trg, *cafe* i ulica (Tonkiss 2005:67). Trg predstavlja zajedničko

pripadanje, *cafe* socijalnu razmjenu, a ulica neformalne susrete. Premda je *cafe* privatno vlasništvo koje je pravno regulirano, ono u sebi nosi ideju boravka u javnosti. Za Henria Lefebvrea tako kafići predstavljaju primjer privatnog prostora koji se zbog svoje socijalne dimenzije nikada u potpunosti neće shvatiti kao privatizirani (Lefebvre 1991: 57).

Odlika privatnost – javnost je ujedno ključna socijalna odlika na kojoj se zasniva ovaj istraživački rad. Sam pojam javnog u sebi neizostavno sadrži distinkciju javno i privatno. Svaka privatizacija prostora negira njegovu javnost. Ona može nastupiti postupno promjenom regulacije prostora i/ili njegove namjene te izmjenom ili donošenjem propisa. Premda je riječ o postupnim promjenama, one u dugoročnom smislu mogu bitno izmijeniti ili čak ukinuti javni karakter prostora.

Upravo pravni odnosi imaju velik značaj u kreiranju režima korištenja te definiranju prostora kao javnog ili privatnog. Sukladno njima, navedena dihotomija se temelji na pravnom statusu prostora i vlasničkim odnosima. Premda se pretpostavlja kako je javni prostor u kolektivnom vlasništvu te je shodno tome javan i u smislu korištenja, dok je prostor u privatnom vlasništvu isključivo privatn, primjeri iz prakse pokazuju koliko je navedena klasifikacija zapravo porozna. Tako se javne gradske površine zakupljuju i privatiziraju čime se stvaraju hibridni prostori takozvanog polu-javnog tipa. Terasa ugostiteljskih objekata postavljene na ulicama i trgovima unutar pješačke zone predstavljaju takav primjer.

Istovremeno, ovaj primjer svjedoči i o propusnosti javnih prostora. Permeabilnost s jedne strane dopušta izmjene i varijacije te omogućuje prijelaz ka privatnim prostorima ili prostorima u kojima se društvenost ne očekuje ili se ograničava i sužava (Čaldarović 2011: 125). Pošto se ovaj rad prvenstveno temelji na sociološkom pristupu analizi javnog prostora, važan faktor u razumijevanju istog čine njegovi socijalni akteri, odnosno korisnici. Stoga je vezanost uz prostore osnovna kategorija kojom se koristimo u psihologijskim i sociološkim raspravama o javnosti urbanih prostora (Čaldarović 2011: 122).

3. Procesi privatizacije i komercijalizacije zagrebačkog javnog prostora

Istraživanja javnog prostora u Zagrebu najčešće su produkt sociologa koji su svoj istraživački interes usmjerili ka urbanim pitanjima. Sociolog Ognjen Čaldarović se u svom dugogodišnjem iskustvu bavio temama urbanog razdoblja i planiranja grada Zagreba, a posljednjih godina, uz suradnju sa sociologinjom Janom Vukić, svoj istraživački interes usmjerava prema sociološkoj analizi javnih prostora i njihove upotrebe. Zajedno potpisuju knjigu *Suvremeni grad: javni prostori i kultura življenja: primjer Zagreba* iz 2017. godine u kojoj na zagrebačkim primjerima prikazuju osnovne sociološke dimenzije javnih prostora i mogućnosti njegova korištenja.

Zagrebački javni prostor je i istraživački fokus sociologinje Anđeline Svirčić Gotovac. Već u svom prvom znanstvenom radu *Javni prostori u Zagrebu: primjer dvaju središnjih trgova* iz 2002. godine autorica donosi sociološku analizu Trga bana Jelačića i Cvjetnog trga s fokusom na procese gentrifikacije, urbane obnove i urbanog uljepšavanja. Njezini kasnija istraživanja su usmjerena ka komparaciji urbanih sustava i istraživanjima kvalitete stanovanja. Zajedno sa sociologinjom Jelenom Zlatar Gamberozić potpisuje i uredništvo zbornika međunarodnog znanstveno-stručnog skupa održanog 2011. godine pod nazivom *Akteri društvenih promjena u prostoru; transformacija prostora i kvalitete života u Hrvatskoj*. Jelena Zlatar Gamberozić samostalno potpisuje monografiju *Urbane transformacije suvremenog Zagreba* u kojoj uz sociološku analizu donosi i primjere komercijalizacije gradskog prostora.

Među ostalim istraživačima zagrebačkog javnog prostora valja istaknuti arhitekta Fedora Kritovca čija su višegodišnja istraživanja urbanih fenomena unutar javnih prostora grada Zagreba sažeta 2010. godine u knjigu *Otkrivanje grada*. Kritovčev pristup nije bio usmjeren isključivo prema produkciji znanstvenih radova, već su ih pratili projekti i izložbe u kojima kroz likovno stvaralaštvo analizira urbane pojave.

U aktivistički pristup prema temi javnog prostora se među suvremenicima ističe Saša Šimpraga, osnivač i voditelj platforme IPOSTOZAGRAD, koji je ujedno i autor knjige *Zagreb, javni prostor* iz 2011. godine. U knjizi donosi niz urbanoloških studija o zagrebačkim javnim prostorima – trgovima i parkovima te predstavlja i analizira pojedinačne slučajeve poput izgradnje Muzeja suvremene umjetnosti i stvaranja „Zagreba na Savi“, pritom predstavljajući neke od svojih inicijativa i aktivnosti usmjerenih na poboljšanje grada.

Direktno vezano uz temu komercijalizacije ulica, sociologinja i umjetnica Katerina Duda je u kolovozu 2015. godine u sklopu Urbanfestivala „Natrag na trg!“ izvela projekt *Zagreb: turisti, trgovine, terase, trгови*. Riječ je o svojevrsnom turističkom vodiču za stanovnike Zagreba koji obuhvaća šetnju kroz sedam trgova užeg centra grada uz komentar promjena u gradu i gradskom javnom prostoru. Okosnicu njezinog rada čini pitanje *Čiji je centar grada?* na koje je odgovorila kako njime zaposjedaju T grupe: turisti, trgovine i terase.¹ Njezina daljnja istraživanja su bila usmjerena prema procesima turistifikacije i promatranjem promjena u gradskom prostoru do kojih dovodi povećanje broja turista. Premda je fokus njezinog rada bio usmjeren na trgove, autorica se osvrnula i na pojedine ulice u njihovoj blizini. Tako Masarykovu i Teslinu, ulice u kojima se nastavlja pješačka zona južno od Cvjetnog trga, smatra ogledalima tranzicije, jer se sadržaj lokala na tim lokacijama mijenja gotovo na mjesečnoj bazi. Usporedivši to sa stanjem iz 2011. godine, autorica je ustanovila kako je 46% lokala promijenjeno. Uz porast broja ugostiteljskih objekata, povećao se i broj dizajnerskih dućana i ekskluzivnih butika koji su namijenjeni onima s nešto većom platežnom moći što automatski isključuje iz tog prostora čitavu klasu kojoj je taj sadržaj izvan platežnog dometa.

U hrvatskoj znanstvenoj produkciji nailazimo na maleni broj radova koji se direktno bave temom komercijalizacije javnih prostora, a reakcije akcije akademske zajednice se najčešće ogledaju u vidu proglasa različitih strukovnih udruženja koja ponukana određenom situacijom iznose svoje opaske i sugestije vezano uz korištenje javnog prostora. Primjerice, tako je Društvo povjesničara umjetnosti dovelo u pitanje postavljanje *Ledenog parka* na zagrebačkom Tomislavcu smatrajući kako isti narušava materijalni, estetski i povijesni integritet ovog kulturnog dobra.

S druge strane, civilni akteri su pokazali veliku angažiranost u pitanjima komercijalizacije i privatizacije javnog prostora. Najpoznatija akcija usmjerena protiv privatizacije javne površine organizirana je u Varšavskoj ulici 2010. godine od strane organizacija Pravo na grad i Zelene akcije. Slogan *Ne damo Varšavsku!* je nadišao svoj izvorni značaj te je od početne borbe protiv gradnje privatne garaže postao simbolom borbe protiv uzurpacije javnog prostora. Paradoksalno, upravo je Varšavska u godinama koje su uslijedile preplavljena terasama.

¹ Zagreb: turisti, trgovine, terase, trгови: <http://katerinaduda.net/projekti/urbanfest/> (pregledano: 6. svibnja 2018.)

Preobrazbu navedene ulice je tijekom tri godine dokumentirala fotografkinja Mara Bratoš u suradnji s glumcem Nikšom Kušeljem te je iz toga proizišao fotografski ciklus *Ulica s imenom grada (Varšavska)*.



Sl.1. Prosvjed *Ne damo Varšavsku*, 2006., preuzeto sa:
<https://zelenaakcija.tumblr.com>



Sl. 2., Mara Bratoš, Nikša Kušelj: *Ulica s imenom grada (Varšavska)*, preuzeto sa: Femmina. hr

Drugi značajan zagrebački primjer borbe protiv privatizacije javne sfere je „Slučaj Cvjetni trg“ koji je započeo još 2007. godine. Razlog je bila odluka gradske vlasti prema kojoj se na području trga privatnom investitoru dopušta izgradnja trgovačko-poslovno-stambenog kompleksa s garažom. Predložen projekt je naišao na oštre kritike struke i javnosti koje su smatrale kako je njime predviđena prevelika količina nove izgradnje, uzimanje dijela pješačke zone te komercijalizacija sadržaja koji nisu od javnog interesa. U prvom redu se odnosio na izgradnju trgovačkog centra sa pripadajućim sadržajima koji su uključivali i ranije spomenutu podzemnu garažu u Varšavskoj ulici. Trg Petra Preradovića, kako glasi službeni naziv trga koji je zbog brojnih štandova sa cvijećem među Zagrepčanima poznatiji kao Cvjetni (trg), je u posljednjih stotinjak godina doživio niz prostornih transformacija, no tek je ova posljednja rezultirala nizom prosvjeda. Navedeni projekt je uistinu ostvaren te je centar službeno otvoren u travnju 2011. godine.



Sl.3. Varšavska ulica neoposredno prije izgradnje podzemne garaže., preuzeto sa: <https://zelenaakcija.tumblr.co>



Sl.4. Akcija *Totalna rasprodaja*, 6. prosinac 2006., preuzeto sa: <https://zelenaakcija.tumblr.com>

Osim u oštroj javnoj reakciji, specifičnost ovog slučaja leži i u upotrebi termina *javni prostor*. Borba za javni prostor je korištena kao argument obiju strana uključenih u sukob. Kao što je prethodno navedeno, protivnici ideje gradnje su smatrali kako realizacija projekta pogoduje isključivo privatnim interesima te navedeni prostor pretvara u restriktivni, jer on postaje dostupan određenoj društvenoj grupi koja konzumira određene usluge koje prostor nudi, a ne široj javnosti. Kako u svom eseju posvećenom ovoj temi navodi sociolog Srećko Horvat „Cvjetni trg nije vrhunski primjer javnog trga, agore, ali on itekako ima potencijal javne sfere“ (Horvat, 2007: 138). To označava da na njemu ne mora u svakom času biti ostvaren neki vid javnosti, ali da svojom prostornom i simboličkom konfiguracijom omogućuje ono javno (Horvat, 2007: 138). Stoga ovaj prostor postaje pseudo-javni prostor, odnosno privatizirana javna sfera. Ovaj slučaj je otvoren takvom tumačenju, jer se transformacija Cvjetnog nije predstavljala kao trgovački i ekonomski projekt, već su njegove pristaše smatrali kako je riječ o projektu u službi javnosti. Upravo je stvaranje jednog novog i kvalitetnijeg javnog prostora bio argument investitora Tomislava Horvatinčića za izgradnju novog Cvjetnog trga.



Sl.5. Prosvjedni performans *Sprovod javnom interesu u Varšavskoj ulici*, 31. ožujka 2011. preuzeto sa: <https://zelenaakcija.tumblr.com>

Premda su prosvjedi utihnuli po završetku radova, to nije bio i kraj Slučaja Cvjetni trg. U listopadu 2016. godine isti investitor uz ogradu crkve Preobraženja Gospodnjega započinjne radove na metalnoj konstrukciji s namjerom podizanja terase novootvorenog ugostiteljskog objekta. Postavljanje terase je uzrokovalo niz oštih reakcija javnosti i novi prosvjed te su radovi obustavljeni. Premda su terase na istu lokaciju postavljene u nekoliko navrata, ovdje se po prvi puta radilo o gradnji zatvorene metalne konstrukcije kojom bi se omogućilo korištenje vanjske terase i u zimskim mjesecima. Prethodno spomenuti investitor je izgradnju pravdao dobivenim rješenjem o zauzimanju dijela javne površine te ugovorom o zakupu sklopljenim s upravnim tijelima Grada Zagreba. Također, u izjavama danim medijima je isticao kako je riječ o projektu koji odgovara propisima o postavljanju terasa. Navedena tvrdnja je kroz javnu analizu slučaja dovedena u pitanje i osporena što je naposljetku i dovelo do izravne gradonačelnikove odluke o obustavi projekta. Tako je drugo poglavlje *Slučaja Cvjetni trg* pokazalo elastičnost u provođenju propisa ukoliko se javi mogućnost stjecanja veće ekonomske dobiti.



Sl.6.



Sl.7.

Sl.6. Terasa na Cvjetnom trgu, 4. listopada 2016., preuzeto sa: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/zagrepcani-bijesni-ponovno-nice-terasa-na-cvjetnom-trgu---452386.html>

Sl.7. Terasa na Cvjetnom trgu, 6. listopada 2016., preuzeto sa: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/terase-zakrcile-trg-vatrogasna-kola-ne-mogu-uci-na-cvjetni/5109278/>

Nekoliko mjeseci ranije, točnije u lipnju 2016., još je jedna novopodignuta terasa ugostiteljskog objekata izazvala reakcije javnosti. Riječ je o slučaju koji se odigrao u Masarykovoju ulici kada je za potrebe proširenja postojeće terase slastičarnice Zagreb ilegalno srušeno stablo. Ovaj čin je izazvao oštru reakciju udruga Zelena akcija i Ipostozagrad koji su u njemu vidjeli još jedan dokaz podilaženja privatnom nad javnim interesom. Osim što u navedenom prostoru ionako nedostaje zelenila, spomenuto stablo se nalazilo na lokaciji koja je zaštićeno kulturno dobro - Povijesna urbana cjelina Grad Zagreb te je zaštićena temeljem rješenja Ministarstva kulture u Zagrebu. U spomen na navedeni događaj, Zelena akcija je održala prosvjedni performans pod nazivom *Vratimo stablo u Masarykovu!*.



Sl.8. Akcija *Totalna rasprodaja*, 6. prosinac 2006.,
preuzeto sa: <https://zelenaakcija.tumblr.com>

Premda navedeni primjeri svjedoče o manipulaciji javnog prostora uzrokovanoj političkim odlukama u svrhu ostvarivanja dobiti privatnog sektora, postavljanje terasa je u gradu Zagrebu je zakonski jasno regulirano *Pravilnikom o načinu i uvjetima postavljanja te vanjskom izgledu kioska, pokretnih naprava i privremenih građevina* kojega je na temelju odgovarajućih pravnih akata donio gradonačelnik Grada Zagreba 23. srpnja 2015. godine. Pravilnikom određuje

način i uvjet postavljanja te vanjski izgled kioska, pokretnih naprava i povremenih građevina na području Grada Zagreba. Ujedno, njime je regulirano i postavljanje otvorenih terasa na zagrebačkom području.

Sukladno Članku 18., otvorene terase se postavljaju na javne površine i druge površine u vlasništvu, odnosno na upravljanju drugih te na otvoreni prostor ispred ugostiteljskih objekata, kao i na lokacijama na kojima se posluživanje hrane i pića obavlja na kolniku (pješačka zona), trgovima, na javnim zelenim površinama i parkirališnim mjestima.

Postavljaju se na taj način da ne ometaju korištenje zgrada i drugih objekata, urbane opreme kao što su klupe za sjedenje, kante za otpatke, stalci za bicikle i slično te ne smiju ugrožavati sigurnost i redovan protok sudionika u prometu niti onemogućavati prilaz i prolaz vozilima interventnih službi. Pozicija otvorene terase na javnoj površini treba biti označena markerima, krugovima plave boje promjera 12cm. Unutar oznaka treba biti smještena sva oprema terase, uključujući ogradu i stolce u položaju sjedenja. Ukoliko se postavlja ograda otvorene terase, vanjski rub otvorene terase je ujedno i vanjski rub ograde koja može biti sastavljena od žardinjera, pleksiglasa, kaljenog lameliranog stakla, drveta, itd.

Oprema otvorene terase uključuje stolove, stolice, točionike, podsete, zaštitne ograde te naprave za zaštitu od sunca i atmosferilija. Iznimno se na otvorenoj terasi mogu postavljati uređaji za grijanje i/ili hlađenje, a za vrijeme sportskih i drugih manifestacija i tv prijemnici. Pravilnikom se regulira postavljanje i izgled navedene opreme. Također, isti donosi niz smjernica i popis dokumentacije potrebne za izdavanje rješenja o uporabi.

4. Metodologija istraživanja

U istraživanju su korištene kvalitativne metode promatranja i polustrukturiranog intervjua. Promatranje provedeno u svrhu izrade ovog rada jest obuhvatilo sljedeće područje: Bogovićeve ulice, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulice (1-5), Gundulićeve ulice (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16) i Gajeva ulica (4-9A). (Sl. 9) Navedene ulice su odabrane, jer se nalaze u samom središtu Zagreba te je u njima smješten velik broj ugostiteljskih objekata. Promatranje je vršeno u različitim vremenskim intervalima (ujutro, popodne i večer) radnim danima i vikendom s ciljem uočavanja mogućih razlika u učestalosti korištenja terasa. Promatrane su društvene aktivnosti, smjerovi kretanja građana, težišta okupljanja i učestalost korištenja ugostiteljskih objekata. Popraćeno je foto-dokumentacijom u kojoj je naglasak stavljen isključivo na fotografiju javnog prostora.



Sl. 9. Karta 1 istraživanog područja

Polustrukturirani intervju je proveden na dvije različite skupine kazivača. Prva je obuhvaćala uzorak od petnaest studenata Filozofskog fakulteta (smjer sociologija i povijest umjetnosti) te Arhitektonskog fakulteta (smjer arhitektura) Sveučilišta u Zagrebu. Kazivače je sačinjavalo po pet studenata sociologije, povijesti umjetnosti i arhitekture. Navedene studijske grupe su odabrane, jer se njihovi polaznici tijekom studija susreću s proučavanjem i definiranjem javnog prostora. Ipak, svaka od navedenih struka isti pojam sagledava iz različitih kutova te je cilj ovog segmenta istraživanja bio utvrditi utječe li i na koji način buduća struka na stavove studenata o korištenju i kreiranju javnog prostora. Drugu skupinu kazivača čine stručnjaci iz područja sociologije, povijesti umjetnosti i arhitekture. Pretraživanjem stručne literature i službenih internetskih stranica organizacija i udruga koje se bave javnim prostorom grada Zagreba je sastavljen popis stručnjaka koji su kontaktirani za sudjelovanje u intervjuu. Pretraga je vršena kako bi se pronašli stručnjaci iz triju različitih struka koje povezuje znanstveni interes ili javi angažman vezan uz urbani javni prostor.

4.1. Metoda promatranja

Promatranje je na prethodno navedenom području vršeno u vremenskom periodu od godine dana - od kolovoza 2015. do kolovoza 2016. godine. Unutar spomenutog razdoblja je došlo do izmjenu četiriju godišnjih doba što je omogućilo promotrit na koji način promjene vremenskih prilika utječu na brojnost, izgled, opremu i posjećenost terasa ugostiteljskih objekata. U nastavku rada su prikazane osnovne karakteristike prostora, opisan je njegov izgled te transformacije koje su ga zadesile u godini dana. Naglasak je pritom stavljen na promatranje društvenih i prostornih odnosa koji se stvaraju oko terasa ugostiteljskih objekata. U prilogu se nalazi tablica s vremenima i lokacijama promatranja (Prilog 1) te fotofokumentacija promatranja (Prilog 2).

4.1.1. Opće karakteristike prostora

Promatrane ulice se međusobno razlikuju karakterom. Masarykova i Gundulićeva su cijelom dužinom prometnice, dok je Bogovićeve pješačka zona. Promatrani dijelovi Varšavske, Preradovićeve, Gajeve i Tesline ulice također su dio pješačke zone, dok su ostali dijelovi tih ulica (koji su izostavljeni iz ovog istraživanja) namijenjeni za promet motornih vozila. Najveći

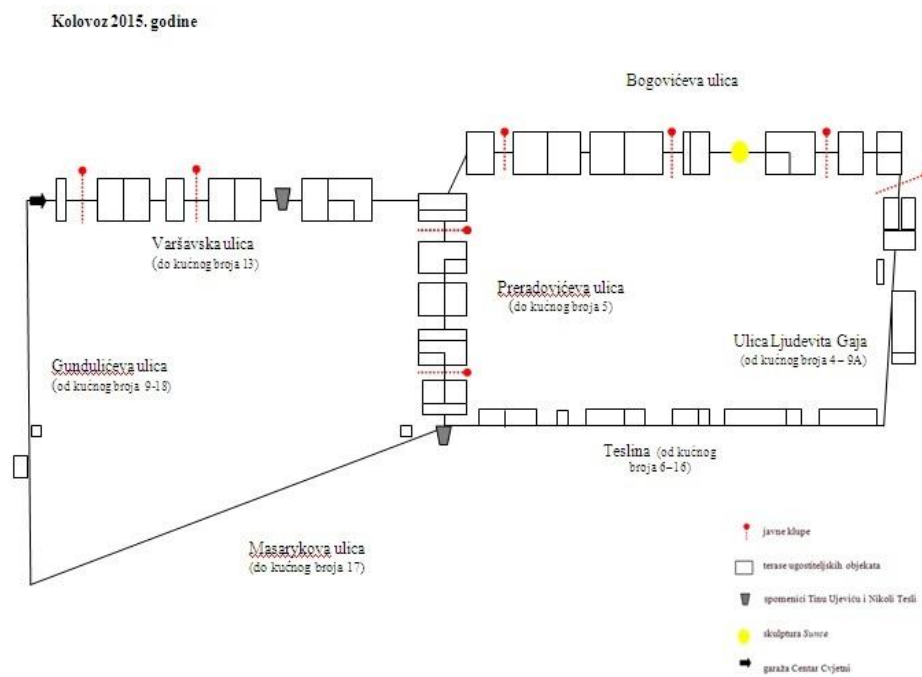
broj terasa nalazimo upravo u onim prostorima koji su označeni kao pješačka zona. Najgušća koncentracije je u Bogovićevoj, Preradovićевой i Teslinoj ulici. Ujedno je u tom prostoru smješteno i najviše ugostiteljskih objekata. Najmanja koncentracija terasa je u Masarykovoj i Gundulićevoj.

Slika A i Slika B donose grafički prikaz stanja na terenu u kolovozu 2015 i 2016 godine. Iz istog se iščitava kako se u godinu dana broj terasa u Bogovićevoj smanjio za tri, Varšavskoj za dvije, a u Preradovićевой, Gajevoj i Gundulićevoj za jednu. Promatrani dio Masarykove ulice je zabilježio stagnaciju u broju terasa, dok jedino povećanje broja bilježi Teslina s dvije nove terase ugostiteljskih objekata. Izgled terase, osim različitih dizajnerskih rješenja, uvelike ovisi i o njezinoj lokaciji. Tako su primjerice u promatranim dijelovima Varšavske i Preradovićевой ulice te duž cijele Bogovićeve ulice terase postavljene u središtu, dok su zbog prometnice u Teslinoj postavljene isključivo na parnoj strani ulice.

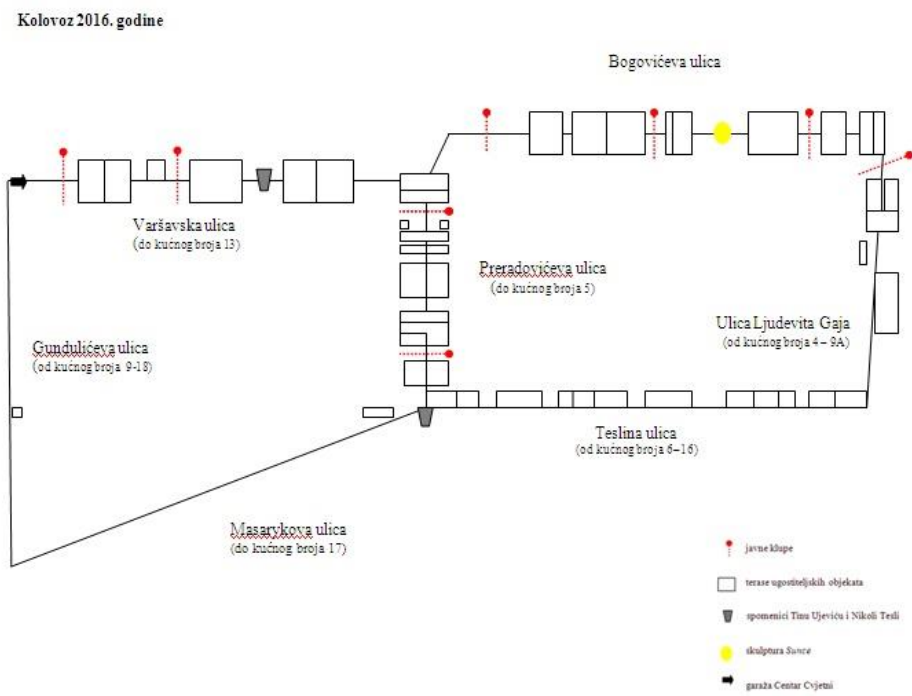
Postavljanje i korištenje terasa uvelike ovisi o vremenskim prilikama. Najveći broj terasa je mobilan te se postavljaju početkom ožujka i uklanjaju krajem studenog. Postavljanje dodatne opreme poput grijalica produljuje vrijeme korištenja terasa u zimskim mjesecima. Dio Bogovićeve ulice obilježava kontinuitet rada terasa koje su neovisno o vremenskim uvjetima ondje postavljene tijekom cijele godine. Terasa su najposjećenije u ljetnim mjesecima, posebice u kasnopopodnevnom i večernjim satima, dok se tijekom proljeća i jeseni najčešće koriste u jutarnjim i popodnevnim satima. Tijekom tjedna terase su najposjećenije petkom i subotom.

U vremenskom periodu od godine dana je ustanovljeno smanjenje ukupnog broja terasa ugostiteljskih objekata. Iznimku predstavlja jedino Teslina ulica koja bilježi blagi porast. No, smanjenje samoga broja ne utječe na ukupnu posjećenost. Ipak, uočeno je kako dolazi do pomanjkanja interesa za određene lokacije. Tako primjerice terase u Preradovićевой bilježe manji broj korisnika mada se ponuda ugostiteljskih objekata nije znatno izmijenila. S druge strane, Varšavska i Teslina bilježe porast što sugerira postojanje određenih društvenih trendova u odabiru lokacije. Kontinuitet posjećenosti bilježi Bogovićeve, čije su terase ujedno i najpopularnije.

Slika A



Slika B



Terase se međusobno razlikuju po broju stolova i opremljenosti, a vizualno ih odjeljuju različiti dizajn stolova i stolica te suncobrana. Dok se u Varšavskoj i Preradovićevoj terase nastavljaju jedne na druge i među njima ne postoji fizička barijera, terase u Bogovićevoj i Teslovoj su odijeljene zaštitnim ogradama. Specifičnost predstavlja prostor u Bogovićevoj ulici između skulpture *Sunce* i Cvjetnoga trga u kojem su zaštitne ograde prerasle u svojevrsne zatvorene konstrukcije, koje uz korištenje dodatne opreme, omogućavaju aktivno korištenje prostora tijekom cijele godine, neovisno o vremenskim prilikama. Terasa su često opremljene televizijskim prijamnicima te bogato dekorirane biljem, lončanicama i ukrasnim jastucima.

4.1.2. Korištenje i transformacija prostora s obzirom na godišnje doba

Nepovoljne vremenske prilike su najčešći povod za uklanjanje terasa ugostiteljskih objekata. Prvenstveno dolazi do uklanjanja dekorativnih elemenata i dijela opreme (poput jastuka). Pogoršanjem vremenskih uvjeta terase su ogoljene ili uklonjene. Na terase koje su u Preradovićevoj, Varšavskoj i Bogovićevoj ulici nastavile s radom se sredinom listopada postavljaju grijalice kojima se nastojao omogućiti ugodniji boravak na nižim temperaturama. U kišnim uvjetima terase se rijetko posjećuju, a iznimku predstavljaju pojedini kafići u Bogovićevoj ulici. U kratkim suhim i sunčanim razdobljima zabilježeno je blago povećanje korisnika terasa unatoč smanjenju temperatura. Također, u tom periodu je koncentracija korisnika bila najveća u jutarnjim satima. Uklanjanje terasa se postepeno nastavlja tijekom studenog i prosinca. Pojedini ugostitelji su zatvorili terasu, no dijelove opreme (poput suncobrana) su ostavili na javnim površinama.

Osim poradi vremenskih prilika, terase su uklanjane i zbog održavanja manifestacija u sklopu *Adventa u Zagrebu*. Uklonjene su sve terase u istočnom dijelu Bogovićeve ulice kako bi se mogle postaviti kućice. Također, promatrane su ulice tijekom adventskog razdoblja ukrašene prigodnim svjetlosnim instalacijama i dekoracijama. Na zapadnom dijelu Bogovićeve, neposredno uz Cvjetni trg, na mjestu uklonjene terase je postavljena sponzorirana dječja igraonica.

Izvođenje građevinskih radova utječe na izgled i mogućnosti korištenja pojedinih prostora. Tijekom rujna i listopada 2015. godine u promatranom dijelu Varšavske ulice su provedeni građevinski radovi prilikom kojih je obnavljana infrastruktura i popločenje te je prostor radova bio ograđen. Ograda se naslanjala neposredno na terase koje unatoč radovima nisu prestale s radom. Također, prilikom izvođenja radova su ograđene i klupe čime se blokirao pristup i onemogućilo njihovo korištenje.

Poboljšanje vremenskih uvjeta pogoduje povećanju interesa za vanjske aktivnosti što se očituje u većoj fluktuaciji prolaznika u promatranom prostoru. U pravilu, terase ugostiteljskih objekata se postavljaju sredinom ožujka, jedino ukoliko povoljne vremenske prilike pogoduju ranijem postavljanju. Proljeće je godišnje doba u kojem terase bilježe najveći postotak posjetitelja, jer su zbog umjerenih temperatura terase posjećene u svim periodima dana. Premda i ljetni mjeseci bilježe veću posjećenost, koncentracija posjetitelja je veća u ranim jutarnjim i kasnim poslijepodnevnim satima zbog nešto nižih temperatura zraka. Kako bi osigurali ugodan boravak svojim gostima, ugostitelji postavljaju prskalice s vodom kao sustav rashlađivanja.



Sl.10. Preradovićeve ulica, listopad 2015.

4.1.3. Urbana oprema

Na promatranom području klupe predstavljaju jedini element koji je javno dostupan široj populaciji. Lokacije klupa su naznačene na prethodno priloženoj karti (Karta 1). Postavljene su uz zelenilo, bilo da ga okružuju ili su dizajnirane kao tegle u koje se zasađuju lončanice i grmoliko bilje. Također, jedino zelenilo na koje nailazimo na promatranom području jest upravo ono povezano s javnim klupama. Terasa ugostiteljskih objekata su na pojedinim lokacijama uzurpirale prostor klupa, jer postavivši oko njih stolove sa stolicama su im onemogućile prilaz. Nailazimo i na primjere postavljanja dekorativnih jastuka na same klupe čime se one inkorporiraju u samu terasu te postaju prostor koji se naplaćuje. Zabilježeno je češće korištenje klupa nakon uklanjanja terasa u čijoj se neposrednoj blizini nalaze. Prolaznici se na njima kratko zadržavaju, najčešće kako bi nakratko predahnuli, objedovali na otvorenom ili skratili vrijeme prilikom čekanja. U ljetnim mjesecima se klupe češće koriste upravo zbog toga što su povezane sa zelenilom koje je jedini izvor prirodnog hlada na promatranom području.



Sl.10. Primjer klupe u Varšavskoj ulici



Sl.12.



Sl.13.



Sl.14.

O permeabilnosti promatranog prostora svjedoči i primjer klupe u Bogovićevoj ulici koja je u rujnu 2015. godine bila zaklonjena terasom kafića, potom je u prosincu postavljena dječja igraonica koja je djelomično blokirala pristup klupi. Uklanjanjem igraonice prostor je bio oslobođen i klupa se započela aktivno koristiti od strane prolaznika (lipanj 2016. godine).

4.1.4. Promet

Masarykova i Gundulićeva su jedine promatrane ulice koje su cijelom dužinom prometnice. U dijelu Masarykove ulice odabranom za promatranje se nalazi samo jedna terasa koja je smještena na proširenom dijelu nogostupa. U Gundulićevoj su terase također postavljene kao niz stolova na nogostupu, no u ovom slučaju su postavljene neposredno uz biciklističku stazu te utječu na nesmetani promet biciklista i pješaka. Nemogućnost istovremenog prolaska i utjecaj na sigurnost sudionika u prometu su pogodovali uklanjanju i redizajnu terasa. Ipak, u Gundulićevoj nailazimo i na uspješan primjer inkorporacije manje terase koja, premda je postavljena na nogostup, zbog promišljenog dizajna ne ometa održavanje prometa.

Preostali promatrani dio ulica u centru Zagreba je pješačka zona. Pristup je omogućen dostavnim vozilima koja često blokiraju uske prolaze između zgrada i terasa te na taj način onemogućavaju prolazak. Stanari okolnih zgrada u vežama i dvorištima nerijetko parkiraju vlastite automobile te im je pristup prometnici moguć jedino preko pješačke zone. Zbog uskog prostora vozači automobila moraju zaobilaziti stolove koji su najčešće zauzeti posjetiteljima što stvara potencijalnu opasnost za sve aktere. Razmak između terasa i građevina nerijetko je manji od dopuštenog što se može pokazati opasnim, jer se blokira neometani pristup općim hitnim službama.



Sl.15.



Sl.16

Na fotografijama Sl. 14. i Sl. 15. su prikazana dva primjera iz Preradovićeve ulice.

4.2. Polustrukturirani intervju

Polustrukturirani intervju je proveden na dvije različite skupine kazivača tijekom srpnja i rujna 2016. godine. Prva skupina je obuhvaćala predviđeni uzorak od petnaest studenata Filozofskog fakulteta (smjer sociologija i povijest umjetnosti) i Arhitektonskog fakulteta (smjer arhitektura) Sveučilišta u Zagrebu. Ispitanike je sačinjavalo po pet studenata sociologije, povijesti umjetnosti i arhitekture. Drugu skupinu kazivača čine stručnjaci iz područja sociologije, povijesti umjetnosti i arhitekture. Od ukupno zamišljenih šest, provedena su četiri intervju: dva sa stručnjacima iz područja povijesti umjetnosti te po jedim stručnjakom iz smjera sociologije i arhitekture. U prilogu se nalazi protokol s pitanjima korišten prilikom intervju. Teme obrađene u intervjuu su: osnovne značajke i karakteristike navedenog prostora ulica, posjećenost i korištenje prostora istraživanja, transformacija prostora ulica, pojava terasa, pozitivne i negativne značajke komercijalizacije javnog prostora, prijedlozi za preoblikovanje prostora te *Zagrebačka špica* kao društveni fenomen. Protokol prema kojem je vođen intervju se nalazi u prilogu.

A) Stavovi studenata

4.2.1. Opis osnovnih značajki i karakteristika prostora istraživanja

Prostor istraživanja čine dijelovi sedam ulica u središtu Zagreba te su ispitani studenti upitani da ukratko opišu navedene prostore. Njihove prvotne asocijacije su pokazale sličnost u odgovorima zavisno o struci. Tako su svi ispitani studenti arhitekture kao prvu asocijaciju na prostor naveli pješačku zonu uz pokoje spominjanje terasa kafića. S druge strane, ispitani studenti sociologije su kao prve asocijacije navodili terase kafića usputno dodajući kako su oni smješteni u pješačkoj zoni. Dok je studentima arhitekture naglasak bio na pješačkoj zoni, a studentima sociologije na terasama, studenti povijesti umjetnosti su u opisu prostora navodili čitav niz elemenata poput gužvi, manjka zelenila, velikog broj lokala, dućana i terasa te pješačke zone.

„Kad se sjetim tog dijela grada, asocijacija mi je pješačka zona, znam da imaju dijelovi ograničenu promet. Sljedeća asocijacija su mi terase na cesti.“

(L.P., studentica arhitekture)

„Pa pješačka zona, gdje se puno ljudi kreće...ja bi rekla da je to nekakav prostor gdje ljudi ne da prolaze slučajno, nego namjerno odlaze s ciljem da bi tamo prolazili i bili viđeni.“

(I.V., studentica sociologije)

„Terase kafića i previše ljudi. Ali održavane terase i čisto je područje. Gužva koja se odnosi na ljude, na stolice i na manjak zelenila.“

(D.C., studentica povijesti umjetnosti)

Ispitanici su istaknuli kako se na navedenom području osjećaju ugodno i/ili vrlo ugodno. Osjećaj ugone proizlazi iz različitih aspekata, tako studentica arhitekture L.P. navodi kako joj je prostor ugodan jer *„sigurna sam da me neće auto lupit, većinom je pješačka zona pa možeš hodati.“*, za studenticu sociologije I.V. ugoda proizlazi iz dobre atmosfere jer *„sve vrvi ljudima, atmosfera, znači opuštena je, ljudi odlaze tamo za vrijeme svoje dokolice, znači sa namjerom da se opuste i tako odiše cijeli prostor“*, dok za studenticu sociologije L.B. ugoda proizlazi iz mogućnosti ispijanja kave te ističe kako *„na kavi se osjećam ugodno, idem tamo jer idem na kavu pa bi dala peticu“*.

Premda su svi ispitanici prostor istraživanja načelno okarakterizirali kao ugodan, naveli su i primjere neugode. Neugoda i nelagoda koja se javljaju su uzrokovane gužvom i prometom. Studentica povijesti umjetnosti D.C. ističe kako je na području istraživanja *„previše ljudi, gužva, ne može se proć kako spada, a i to što uvijek nekog sretnem. Najiskrenije. (hahah)“*, a studentica povijesti umjetnosti M.B. napominje kako *„općenito ima previše ljudi, ali zgodno mi je jer je u centru i zna bit mirno kad nema ljudi...“*. Promet je druga sastavnica koja utječe na povećani osjećaj nelagode pa tako studentica arhitekture T.V. ističe kako joj se nelagoda javlja *„čisto zbog tog neusuglašenog odnosa položaja pješaka i vozača koji je onak na vlastitu odgovornost“*, a studentica

povijesti umjetnosti M.G. je direktno navela primjer Masarykove ulice kao mjesta kojom joj nije ugodno prolaziti „jer nikad ne znaš iz kojeg će smjera neko prijevozno sredstvo naići.“

4.2.2. Posjećenost prostora istraživanja

Među ispitanim studentima najveći broj (njih osmero) prostore istraživanja posjećuje dva do tri puta tjedno, dok ih manji broj posjećuje svakodnevno (njih četvero). Istraživanje je pokazalo kako je najmanji broj onih koji rijetko, odnosno jednom tjedno posjećuju navedene lokacije (njih troje). Kao najčešće razloge njihovog posjeta navedenom prostoru ispitanici su navodili posjete ugostiteljskim i uslužnim objektima (njih sedmero), utilitarnu svrhu i prolazak do željenih lokacija (njih šestoro) te ambijent (njih dvoje).

„Razlozi, koncentracija kafića i ostalih uslužnih objekata. Najbrže je doći do njih, najlakše je otići tamo na špicu, bez previše mozganja.“

(T.B., studentica povijesti umjetnosti)

„Najčešće pretpostavljam zbog prolaza do nekih od javnih prostora koji su tamo, znači te ulice koristim da bih došao do na primjer kafića, dućana ili nekih drugih...recimo, do Zrinjevca kao parka.“

(M.G., student arhitekture)

„Zbog ambijenta, eto taj prostor oko Kina Europa mi je recimo fantastičan, ima taj jedan naboj umjetnički, s poda ono struji kroz tebe“

(M.G., studentica povijesti umjetnosti)

Sukladno provedenom istraživanju većina ispitanih studenata (njih čak dvanaest) posjećuje terase ugostiteljskih objekata na navedenom području. Važan faktor zbog kojeg se odlučuju upravo za posjet ovim lokacijama jest njihov smještaj u samom gradskom središtu:

„Da...a ono, s vremena na vrijeme kad odem na kavu, na pivu. Iz kojih razloga - mislim najčešće s obzirom na faks, jako su blizu...hmm...s obzirom na neki dojam, atmosferu, okej fora je popit kavu u centru. Valjda. Najčešće zbog same blizine.“

(I.Z., student arhitekture)

„Nalazim se na Trgu pa mi je ovo najbliže, najviše toga se otvara tamo.“

(M.B., studentica povijesti umjetnosti)

Među ispitanicima koji posjećuju navedene prostore manji je broj onih (njih četiri) koji osobno ne preferiraju terase na ovim lokacijama, ali ih posjećuju poradi dogovora i interakcije s drugim pojedincima.

„Ako rijetko, baš ako netko od mojih prijatelja predloži baš tamo onda, ali ja ću uvijek reć jel može negdje drugdje.“

(D.C., studentica povijesti umjetnosti)

„Da, često nije moja odluka već odluka osobe s kojom se suretnem, ali volim taj prostor.“

(L.K., student arhitekture)

Posjećenost terasa na pojedinim lokacija uvelike proizlazi iz osobne preference ispitanika prema određenim ugostiteljskim objektima i njihovim sadržajima te vlastitom osjećaju ugone. O isticanju pojedinih lokacija svjedoče idući citati:

„Koristim, ali neke terase koje su ono tik uz cestu me baš iritiraju i ne mogu se tamo opustit, primjerice to je onaj kafić u Gundulićevoj, tamo mi se čini dosta stresno sjediti. Također, primjerice u Masarykovoj, ne sviđa mi se te terase odmah uz ulicu.“

(L.J., student sociologije)

„Recimo u Bogovićevoj ne, evo baš sam se neki dan žalila koliko televizora ima, znači s jedne i onda još s druge strane, dva, četiri, šest, osamdeset i sa strane jedanaset, baš me nervira, nikad tamo ne bi sjela. Jednostavno mi se ne sviđa. Uopće me ne privlači to je tamo samo onako za proći. Ne bi ni u Gajevu ni Teslinu sreća. Nije mi to recimo prostor za sjesti, baš mi je to prostor za proći, pješačka zona, bez nekog zadržavanja. Volim posjetit terase u Varšavskoj.“

(M.G., studentica povijesti umjetnosti)

4.2.3. Transformacija prostora

Sukladno ispitanicima istraživani su prostor tijekom godina zadesile određene transformacije. Kao najistaknutiju promjenu ispitanici su istaknuli općenito povećanje broja ugostiteljskih objekata i pripadajućih terasa.

„Primijetio sam da je sve više terasa, baš se sužava prostor za pješake i da ono, baš je ekspanzija tih terasa.“

(L.J., student sociologije)

„Sve je ležerniji pristup kafića prema ulici, zauzimaju sve više teritorija nekada na uštrub zajedničkog prostora te mi se čini da se sve više pretvara u neki dnevni boravak nego prostor ulica, kolinika...“

(L.K., student arhitekture)

„U principu se zatvaraju i otvaraju novi lokali i proširuju se terase, okupira se javna površina“

(T.V., studentica arhitekture)

„Broj kafića, oni se samo množe. Zagrđuju prostor, zagušljuju ga i ne znam, nisu te terase meni osobno nešto lijepo uređene, praktički izvađeni stolci.“

(M.G., studentica povijesti umjetnosti)

„Pa vidjela sam puno više kafića, da su neki propali, neki nisu, da su se otvorili novi, vidjela sam da ima puno više tih zabavnih sadržaja.“

(I.V., studentica sociologije)

Najistaknutije promjene su primijećene u Varšavskoj i Teslinoj ulici. Obje ulice su u pojedinim svojim dijelovima pretvorene u pješačke zone te se povećao broj terasa direktno postavljenih na samu ulicu.

„Da, Varšavska, prije par godina nije bilo terasa, sad se sve to proširilo. Znam da se neki objekti otvore pa se zatvore, ali mi se čini da se širi sve to skupa.“

(L.B., studentica sociologije)

„Povećanje broja sadržaja i porast ugostiteljskih objekata. Područje oko Cvjetnog i Bogovićeve je uvijek bilo busy busy, al sad ovo Varšavska i Teslina.“

(I.J., studentica povijesti umjetnosti)

„Sve više i više je zakrčen kafićima. Ispred Kina Europa nekad nije bilo terasa, a sad prema van, kafići imaju terase. Ne znam, na primjer Slastičarna Zagreb – posjeklo se drveće. Preradovićeve, znaš da se prolazi sa strane jer je u sredini sve zakrčeno. Teslina, terase na cesti, ful čudno.“

(M.B., studentica povijesti umjetnosti).

4.2.4. Komercijalizacija javnog prostora

Za ispitanike komercijalizacija javnih prostora označava *„iskorištavanje javnih prostora za privatne stvari“* (I.Z., student arhitekture), *„iskorištavanje nekakve podobne ili pogodne javne površine za održavanje koncerata i manifestacija“* (M.G., studentica povijesti umjetnosti) ili *„pretvaranje javnog prostora u neke privatne poslovne svrhe koje su namijenjene osobnom benefitu, stvari koje tehnički nisu besplatne i namijenjene svim građanima“* (T.B., studentica povijesti umjetnosti). Nije primijećena diferencijacija u shvaćanju značenja pojma

komercijalizacije ovisno o struci ispitanih studenata. Ispitani studenti su u svojim odgovorima navodili kako se komercijalizacija javnih prostora prvenstveno očituje kroz postavljanja terasa ugostiteljskih objekata:

„Navedene ulice. Ne znam što bi još moglo biti. Komercijalizacija prvenstveno kao kafići i restorani.“

(T.B., studentica povijesti umjetnosti)

„Pa to je za mene otvaranje sve više ugostiteljskih objekata i postavljanje terasa u taj prostor i onda smanjivanje prostora za šetanje, hodanje za pješake. Za bicikliste za koje uopće nema mjesta tamo, osim u okviru dva stalka za bicikle, eventualno.“

(D.C, studentica povijesti umjetnosti)

„Zauzimanje javnih površina, recimo onaj dio koji je na cvjetnom dugo bio sporan oko crkve, di je bila terasa pa su je napokon maknuli. Tako da mislim da su neke vizure grada zatvorene zbog tih terasa što ne bi trebalo biti.“

(L.J., student sociologije)

Studenti su komercijalizaciju javnih prostora većinski okarakterizirali kao pozitivnu pojavu pritom ističući nužnost zakonske regulacije i provođenja kontrole.

„Više mi je pozitivna nego negativna. Dok se ne dođe do nekog stupnja gdje se pretjera skroz je u redu po meni, nemam niš protiv toga jer je mogućnost, izbor takvih mjesta se povećava što je dobro, ali ako se pretjera gubi se na kvaliteti cijelog prostora.“

(M.G., student arhitekture)

„U gradovima mi je pretjerano to što se kote i množe terase, ali u načelu je pozitivna jer potiče ljude na korištenje prostora. Nemam ništa protiv birceva koji se prilagode ambijentu, i ne oduzimaju ljudima pažnju prostora. Sve što prelazi, sve što je hiperprodukcija koja poništava izvorni ambijent nekakve ulice, avenije, mislim nema smisla.“

(M.G., studentica povijesti umjetnosti)

„Pozitivna u neku ruku, uži centar pa je pogodno zbog turista i ljudi koji rade. Ali nitko ne broji postotak objekata. Pozitivna je pojava, ali zahtjeva regulaciju u ovom slučaju.“

(A.T., studentica sociologije)

Međutim, među ispitanim studentima samo je pet ispitanika navelo druge primjere komercijalizacije zagrebačkog javnog prostora. Dok troje ispitanika uopće nije znalo navesti primjer, većina je komercijalizaciju promatrala prvenstveno kroz slučajeve terasa ugostiteljskih objekata. Kao primjeri komercijalizacije javnih prostora navedeni su slučaj Cvjetnog trga i postavljanje šatora na Trg bana Josipa Jelačića.

„Tipa Trg bana Jelačića. Recimo mene to smeta, treba bit sadržaj, ali da se opkoli cijeli trg, osobito da bude veliki šator. To me smeta. Živcira me što su na glavnim trgovima takvi sadržaji, umjesto da ih stave na sekundarne.“

(L.P., studentica arhitekture)

„Evo, ovo najnovije rušenje drva u Masarykovej, koje je srušila slastičarnica Zagreb za svoju terasu, koju su onda proširili i podigli su ju, kak da kažem, poboljšali, prije je bila samo na pločniku, a suprotstavili...napravili su konstrukciju. Isto tako, Preradovićeva na samoj cesti su postavljani, opet cijele konstrukcije. Cvjetni, cijeli taj prostor. Ona garaža Varšavska, to.“

(D.C., studentica povijesti umjetnosti)

Kao što je i prethodno istaknuto, s godinama svjedočimo povećanju broja ugostiteljskih objekata i terasa na navedenom području. Ispitanici su upitani da okarakteriziraju navedenu ponudu. Pritom su im bili sugerirani mogući motivi koji su doveli do povećanja broja, poput pomodnosti, poboljšanja turističke ponude, ekonomski profit ili kulturni fenomen. Sukladno ispitanicima, najznačajnijima faktorima su se pokazali turizam i ekonomija.

Grad Zagreb posljednjih godina bilježi kontinuirani porast broja turista, a povećana potražnja je rezultirala otvaranjem novih sadržaja posebice u frekventnim zonama poput središta

grada. Također, postavljanje terasa omogućava proširenje ugostiteljskih objekata i njihove ponude.

„Zbog turizma i ekonomije pa nije sigurno zbog tog kaj volimo pit kave.“

(I.Z., student arhitekture)

„Mislim da nije stvar u tome da Hrvati imaju naviku sjedit po kafićima, mislim da se to događa više kad je turistička sezona za turiste. Jer ako imaš više prostora za smjestiti goste, više će ljudi doć. A pogotovo van jer nitko ne želi sjedit unutra nego vani, ja prva.“

(D.C., studentica povijesti umjetnosti)

„Povećanje je krenulo da bi se obogatila turistička ponuda, ali je uzelo maha, terase nisu namijenjene korisnicima nego stjecanju profita.“

(T.B., studentica povijesti umjetnosti)

Ekonomski profit je drugi važan faktor koji ispitanici navode kao razlog povećanja broja ugostiteljskih objekata. Iz iskaza ispitanika je vidljivo kako je on blisko povezan s turizmom. Veća potražnja u vidu više turista dovodi do otvaranja novih objekata koji se vode idejom brzog stjecanja prihoda.

„Iza toga stoje novci. Isključivo novac.“

(L.P., studentica arhitekture)

„Prvenstveno kroz ekonomski profit, jer kafići koji nemaju ljeti terase jednostavno nisu konkurentni. Jasno je da svi tražimo ljeti terasu tako da mislim da nisu imali previše izbora.“

(L.J., student sociologije)

„Reko bih da je skoro samo ekonomski profit koji je rezultirao time da...recimo taj profit, želja za profitom je rezultirala time da se poveća komercijalni prostor koji je onda doveo do toga da se na temelju tog prostora više ljudi može skupit i to se dešava jer više ljudi dolazi koje je došlo lančano potaknuto tom željom za profitom.“

(M.G., student arhitekture)

„Ekonomski profit definitivno, ali ima i turističke...Zagreb je jedno od turističkih središta Hrvatske, ali eto..veća ponuda, veća potrošnja.“

(I.J., studentica povijesti umjetnosti)

Ipak, među ispitanicima dvoje studenata razloge povećanja broja ugostiteljskih objekata nije pronašlo u turističkoj ponudi i ekonomskom profitu već u društvenim interakcijama, navodeći kako je *ispijanje kave* dio naše kulture življenja te da je ona osnova iz koje proizlaze preostali faktori.

„Kulturni fenomen, dio kulture je ispijanje kave na ulici i to je pozitivno, neka mediteranska baština.“

(L.K., student arhitekture)

„Ne bi rekla da ima veze s turistima. Nisu ti koji će dva sata sjedit turisti, nego Hrvati. Sjedit je hrvatska tradicija, kultura ispijanja kave.“

(M.B., studentica povijesti umjetnosti)

4.2.5. Prijedlozi za (pre) oblikovanje prostora

Ispitanici su zamoljeni da navedu vlastite prijedloge za (pre)oblikovanje ovog prostora. Troje ispitanika nije ponudilo prijedlog za preoblikovanje, dok se ideje preostalih ispitanih studenata mogu sažeti u tri grupe: smanjenje broja i pravna regulacija, pješačka zona i male ulične akcije. Svi ispitanici studenti smatraju kako terase ne treba ukloniti s tog područja, a dio

smatra kako ključ uspješne transformacije ovog prostora leži upravo u smanjenju njihovog broja. Smanjenju broja terasa valja prethoditi donošenje zakonske regulative o izgledu navedenog prostora koja će biti rezultat zajedničkih težnji gradske vlasti i građana.

„Prvo treba krenuti od zakonodavstva i odrediti koji prostor trebaju zauzimati te terase. Također, regulirati tko i kome ih dodjeljuje, jer bezakonje vlada u toj priči.“

(A.T., studentica sociologije)

„Da, trebalo bi se odvojiti shvaćanje javnog prostora kao prostora kafića, ali to zahtjeva iskustvo i koherentnost koja proizlazi iz pravnih okvira i suglasnosti sa Gradom te je nužna suradnja struke i građana jer zbog karaktera prostora se ne može dogovoriti samo stručno oblikovanje ili isključive preferencije građana.“

(L.K., student arhitekture)

„Smanjiti broj terasa, ograničiti, uvesti regulative. Revitalizirati prirodom, da bude više cvijeća.“

(M.B., studentica povijesti umjetnosti)

Za dio ispitanih studenata osnovu preoblikovanja prostora čini proširenje postojeće pješačke zone.

„Možda bih proširila pješačke zone, to mi izgleda minimalno što se može napraviti, omogućiti ljudima prolazak. I smanjit promet.“

(L.P., studentica arhitekture)

„I čak povećati pješačku zonu, maknut parkirna mjesta, maknut apsolutno aute iz grada, pogotovo ta mjesta za parkiranje. Više drveća, više zelenila. To je to.“

(D.C., studentica povijesti umjetnosti)

Kao treća opcija transformacije prostora su navedene *male ulične akcije*, odnosno riječ je o danom nazivu kojim se obuhvaća niz prijedloga koji su usmjereni na socijalno aktiviranje i preoblikovanje prostora putem različitih društvenih događanja.

„Smanjenje kafića, ukinula ih nebi, ali da se može smanjiti. Svirke, održavanje izložaba ili kulturnih manifestacija koje bi aktivirale prostor, a ne bi bila isključivo komercijalna ili da se ode popit kava ili piva.“

(L.B., studentica sociologije)

„Sceničnost, ulične manifestacije. Čovjek nemre ni doživjet ambijent prolaza, ulice od tolikih objekata. Ili nekakva javna skulptura, performansi. Evo kad je kod Preradovićeve bila ona ploča gdje su se upisivale želje, evo recimo nije iziskivalo ništa osim ti dođeš i zapišeš želju i to mi je super. Iskoristit te neke frekventne točke, žile kucavice do samog trga, opet recimo ti neki romantični prolazi, uličice. Definitivno regulirati broj lokala da čovjek nema osjećaj da je u bircgradu!“

(M.G., studentica povijesti umjetnosti)

4.2.6. Zagrebačka špica

Uz prostor istraživanja često se vezuje pojam *zagrebačka špica*. Ispitanici su također područje istraživanja okarakterizirali kao špicu, odnosno sinonim za odlazak na kavu u centar subotom ujutro.

„Špica. Subota ujutro, kava. Mislim ja to ne koristim al to svi kad mi kažu idem na špicu to znači da idu subotom ujutro na kavu.“

(L.P., studentica arhitekture)

„Subota ujutro, kad ljudi idu u centar pit kavu da bili viđeni. Ali čak ne moraju bit viđeni, nego samo popit kavu u subotu ujutro.“

(D.C., studentica povijesti umjetnosti)

„Prostori od Gundulićeve do Hotela Dubrovnik...područje gdje ima najviše terasa u Zagrebu, to bi trebala biti subota ujutro, kad se svi ovi poznati nakon partijanja probude, recimo 11, 12h kad se svi lijepo srede i odu si poslikat se za časopise.“

(L.B., studentica sociologije)

No, pojam špice ne nosi sa sobom samo geografsku i vremensku, već i društvenu odrednicu. Odnosno, kako je pokazalo istraživanje, posebnost špice leži upravo u društvenoj interakciji, odnosno ideji da se onamo odlazi kako bi vidjeli i bili viđeni.

„Kavu. Kafić. Komentiranje ljudi. Druženje s drugim ljudima. Eto.“

(I.Z., student arhitekture)

„Prva mi je asocijacija Bogovićeve, gužva i pogledi svih ljudi koji sjede na kavi. Mislim da je to stvar pokazivanja, vidjeti i biti viđen.“

(A.T., studentica sociologije)

„Manji dio užeg prostora centra grada koji se tretira kao jedna vrsta pomodne galerije sa ljudima koji se žele tamo pokazivat.“

(M.G., student arhitekture).

„Pa ono što je..haha..po definiciji podne u subotu, okupljanje ljudi, ne znam pretežito za moje roditelje i možda tak starije ljude to je zapravo njihovo vrijeme posjete grada, mi možda to ne doživljavamo tak jer imamo priliku svaki dan ići na kavu, provoditi vrijeme u centru, al za njih je to subota ujutro kada se obavi plac, popije se kava s prijateljima. Često se ne mora ni dogovarati s ljudima jer često sretniš i one koje želiš i one koje ne želiš. I da, zapravo okej mi je taj ritual.“

(L.J., student sociologije)

B) Stavovi stručnjaka

Prilikom opisa osnovnih karakteristika navedenog prostora intervjuirani stručnjaci iz područja sociologije, povijesti umjetnosti i arhitekture su se češće referirali na prošlost i povijesni značaj koje su istraživane ulice imale za razvoj grada, ali i njihove osobne povijesti. Transformaciju ulica u središtu Zagreba su sagledavali u kontekstu širih društvenih događanja te pojava sve većeg broja terasa označava tek kao jednu od faza razvoja ovog prostora. Prostoru su upisivali i vlastita sjećanja pa se tako povjesničarka umjetnosti S.L. prisjetila kako su *„osamdesetih ondje bile slastičarnice u koje sam odlazila s roditeljima“*, dok se povjesničar umjetnosti M.Š. prisjetio kako je kao srednjoškolac kupovao na *„na kolniku Bogovićeve prve LP ploče“*.

Stvaranje pješačke zone je najznačajnija odluka koja je dovela do transformacije istraživanog područja te koja je omogućila izlazak terasa u javni prostor. Uočeno je povećanje ukupnog broja terasa na istraživanom području, a prema M.Š. to je odraz *„komodifikacije nasuprot funkcionalnosti“*, odnosno ideje kako će se *„postavljanjem takvih sadržaja ljude najlakše potaknuti da koriste javni prostor“*. Uz to one su često pomno osmišljene kako bi atraktivnim elementima prizvale korisnike, a kao primjer navodi korištenje dodatne opreme poput grijalica i prskalica, aludirajući pritom kako su *„prskalice nekoć bile i u Koloseumu kako bi podilazili narodu“* (M.Š., povjesničar umjetnosti).

Razlike u stavovima stručnjaka su bila najizraženije u pogledu korištenja samog prostora i postava terasa ugostiteljskih objekata. Dok su stručnjaci iz područja arhitekture i povijesti umjetnosti bili usmjereni na izgled prostora kao takvog, osvrćući se na položaje i postav terasa, stručnjakinja iz područja sociologije je terase promotrila kao primjer *„gubljenja onog javnog iz javnog prostora“* (K.D., sociologinja) jer stvaraju mikroprostore s ograničenim pristupom. Zajedničko opažanje svih stručnjaka jest ono vezano uz gužvu kao karakteristiku koja se javlja na tom području te osim fizičke barijere i nemogućnosti prolaska pogoduje i nastanku neugode.

„Pješačka zona je gotovo upotpunosti zakrčena terasama, govorimo o osamdeset posto, a taj prostor između terase i samog kafića stvara nelagodu jer se često morate mimoći. Tu su i klupe oko kojih postav stolove pa se i njih izbjegava koristiti“

(K.D., sociologinja)

Za ispitane stručnjake komercijalizacija je neminovan produkt modernog društva. No, u odnosu na studente su iskazivali negativniji stav prema komercijalizaciji javnog prostora osvrćući se na negativne aspekte poput umanjivanja kvalitete prostora i ograničavanja njegova korištenja što je vidljivo iz primjera šatora na Trgu bana Jelačića i/ili Cvjetnog trga. Komercijalizacija pridonosi „*nečujnoj transformaciji javnog u polu-javni prostor*“ (R.L., arhitekt). Također, u odnosu na studente, svi su stručnjaci procese komercijalizacije usko povezivali s političkim pitanjima i zalagali se za strožu regulaciju.

„Ukoliko se prostor ne regulira umanjuje se kvaliteta urbanog prostora i ono što može pružiti svim korisnicima. Primjerice, ukoliko ja ne sjedim u kafiću postaje pitanje da li uopće imam pravo koristiti taj prostor?!“

(S.L., povjesničarka umjetnosti)

Prema stručnjacima, ekonomski su faktori i želja za stvaranjem profita potpomognuta gradskom politikom, glavni čimbenici koji su doveli do povećanja broja terasa ugostiteljskih objekata. Za razliku od studenata, stručnjaci su manji značaj dali turizmu kao faktoru povećanja, a veći „*kulturi življenja*“ (S.L., povjesničarka umjetnosti), odnosno ispijanju kave kao društvenoj rutini i kulturnom fenomenu za kojeg M.Š. upotrebljava sintagmu „*krčmarski mentalitet*“. Stručnjaci su, baš kao i ispitani studenti, kao prijedlog za transformaciju prostora naveli smanjenje ukupnog broja terasa i stvaranje prostornih instalacija kojima bi se aktivirao javni prostor.

„U većem dijelu tog prostora, tih ulica koje si spomenula je došlo do momenta ako se krene dalje da će biti pretjerano i možda bolje da u nekim slučajevima se to čak i smanji, potrebna je stroža regulacija“

(R.L., arhitekt)

, „*Pitanje je do koje se mjere promjene uopće mogu usmjeriti, ali za početak pronaći način da se prostor aktivira društvenim sadržajima, postavljanjem prostornih instalacija, održavanjem radionica.*“

(S.L., povjesničarka umjetnosti)

5. Diskusija

Među transformacijama koje je javni prostor ulica u užem središtu Zagreba doživio u posljednjem desetljeću najizraženije su formiranje pješačke zone i postavljenje terasa ugostiteljskih objekata. Premda je u godinu dana promatranja istraživanog područja zabilježeno neznatno smanjenje ukupnog broja terasa ugostiteljskih objekata, terase su i dalje snažna vizualna odrednica prostora. Postavljanje i korištenje terasa ovisi o vremenskim prilikama, no zahvaljujući dodatnoj opremi (poput grijalica) rad na otvorenom je prolongiran i moguće ih je koristiti tijekom sva četiri godišnja doba. Posjećenost terasa je uvelike određena osobnim referencama korisnika te je tako uočeno pomanjkanje interesa za određene lokacije.



Sl. 17. Karta 2 istraživanog područja s označenim prostorima najveće transformacije

Terase ugostiteljskih objekata su od strane ispitanika okarakterizirane kao najlakše rješenje za aktivaciju javnog prostora. No, unatoč njihovoj brojnosti i isključujućem karakteru korisnika, ispitanici su se protivili njihovom uklanjanju te su se zalagali za smanjenje i strožu regulaciju.

Među prijedlozima za transformaciju prostora predloženo je i postavljanje javne opreme, no rijetki su među ispitanim studentima i stručnjacima osvijestili njihovo postojanje na istraživanom području jer su najčešće zaklonjene ili ukomponirane u samu terasu. Promatranjem je primijećen problem prometa, a na isti u svojim odgovorima ukazali i ispitanici.

Ispitani studenti su, unatoč različitim poljima studija, dijelili stavove o komercijalizaciji javnih površina i njihovom korištenju. Razlike među njihovim odgovorima su se javile samo prilikom opisa područja istraživanja, odnosno pokazalo se kako je njihova prvotna percepcija uvelike određena strukom iz koje dolaze. Među stručnjacima je očitija diferencijacija u stavovima s obzirom na struku iz koje dolaze. Utjecaj struke i stupnja obrazovanja (student ili stručnjak) najizraženiji je u stavovima o prihvatljivosti komercijalizacije gdje se pokazalo kako ispitanici, u odnosu na ispitane stručnjake, gaje pozitivan stav o komercijalizaciji.

Konzumerizacija javnog prostora ulica u centru Zagreba nije jednoznačan proces već rezultat kombinacije elemenata. Sukladno prethodno navedenim i provedenim sociološkim istraživanjima procesa komercijalizacije, stjecanje ekonomskog profita i turistička ponuda se pokazali kao važne značajke u povećanju broja ugostiteljskih objekata. No, iako je prepoznata problematika zauzimanja javnog prostora od strane terasa ugostiteljskih objekata, one se i dalje nastavljaju koristiti.

6. Zaključak

U uvodu svoje knjige *Čiji je javni prostor?* britanski arhitekt i teoretičar Ali Mandanipur navodi kako je „javni prostor ogledalo kompleksnosti modernog urbanog društva“ (Mandanipur 2010:1). Vodeći se ovim citatom, tema ovog istraživanja predstavlja svojevrсно ogledalo trenutačnih zbivanja u zagrebačkom urbanom životu.

Ulice se iz javnog prostora pretvaraju u polu-javni prostor koji je namijenjen korisnicima veće platežne moći. Sve je značajniji utjecaj privatnih interesa u kreiranju urbanih politika. U slučaju zagrebačkog centra grada Anđelina Svirčić Gotovac piše o *postsocijalističkoj gentrifikaciji*, procesu urbane obnove u kojem se smanjuje uloga države kao aktera, ali povećava

uloga pojedinca ili privatnih aktera (Sviričić Gotovac, Zlatar 2012:18). Nedovoljna uključenost gradske vlasti s jedne strane i osobno podilaženje vladajuće garniture s druge strane su omogućili novim aketrima značajnu ulogu u procesima uređenja i revitalizacije gradskog središta.

Primjer postsocijalističke gentrifikacije u kojem se ogledaju i procesi privatizacije te komercijalizacije javnog prostora su upravo terase ugostiteljskih objekata postavljene u užem središtu Zagreba. Centar grada predstavlja atraktivnu lokaciju, a uz atraktivnost se veže i profitabilnost. Odnosno, postojeći ugostiteljski objekti postavljajući terase proširuju prostor dotada isključivo zatvorenog lokala na javne površine, što im omogućava veći broj sjedećih mjesta, a time i više korisnika. Postavljanje terasa je, kao što je u ovom radu već prethodno istaknuto, vođeno stjecanjem ekonomske koristi i ostvarivanjem brzog profita.

U očima šire javnosti postavljanja terasa se opravdava povećanjem turističke ponude, a njihovo širenje povećanjem ukupnog broja turista. Podloga prema kojoj su upravo terase perjanica turističke ponude temeljena je na socijalnom čimbeniku prema kojem hrvatsko društvo krasi fenomen dugog ispijanja kave. Istovremeno, terase se predstavljaju kao mjesta ugođe koja evociraju socijalnu interakciju. Posrednički se uz njih javlja i težnja za pozornošću jer se boravkom na terasama i u njihovoj blizini, korisnicima i prolaznicima omogućava „da vide i budu viđeni“. Tako se stvara začarani krug u kojem se opravdavajući privatne interese gubi javni.

Terase ugostiteljskih objekata u centru grada su u posljednjih desetak godina uistinu postale dio *gradskog imagea* prihvaćenog od strane samih građana kao korisnika i šire javnosti kao svojevrsnog društvenog simbola grada. Ipak, problem terasa ugostiteljskih objekata nastaje u onom trenutku kad nestane propitkivanje njihove uloge te se njihovo postavljanje počinje uzimati kao gotova činjenica, a one same izjednačavati s javnim prostorom.

Pitanje rješenja slučaja terasa ugostiteljskih objekata u središtu Zagreba jest pitanje kreiranja onog što Jan Gehl opisuje kao kvalitetan, živopisan i zdrav javni prostor (Gehl 2010:18) Smanjenje broja terasa, uz postojeće preduvjete (pješačka zona, urbana oprema) te strožu restrikciju, uz senzibilizaciju javnosti i aktivaciju stručnjaka, može dovesti do uspješne kohabitacije privatnog i javnog na istom području te postati ogledalo pozitivne urbane transformacije.

7. Literatura

1. Čaldarović, O., Šarinić, J. (2017): *Suvremeni grad – javni prostori i kultura življenja – primjer Zagreba*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
2. Gehl, J. (2006): *Life Between Buildings*. Copenhagen: The Danish Architectural Press.
3. Horvat, S. (2007): *Znakovi postmodernog grada*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
4. Lefebvre, H. (1991): *The Production of Space*. Oxford: Blackwell
5. Kritovac, F. (1999): Čiji je javni prostor. *Čovjek i prostor*, 46(5-8) 36.
6. Madanipour, Ali (2010): *Whose Public Space? International Case Studies in Urban Design and Development*. Newcastle: Routledge
7. Svirčić Gotovac, A. (2002): Javni prostori u Zagrebu: primjer dvaju središnjih trgova. *Sociologija sela*, 40(1-2), 117 – 135.
8. Svirčić Gotovac, A., Zlatar, J. (2012): *Akteri društvenih promjena u prostoru; Transformacija prostora i kvalitete života u Hrvatskoj*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu
9. Šarinić, J., Čaldarović O. (2015): *Suvremena sociologija grada: od "nove urbane sociologije" do suvremene "sociologije urbanog"*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
10. Šimpraga, S. (2011): *Zagreb, javni prostor*. Zagreb: Porfirogenet.
11. Tonkiss, F. (2005): *Space, the city and social theory: social relations and urban forms*. Cambridge: Polity Press.
12. Zagreb: turisti, trgovine, terase, trgovi: <http://katerinaduda.net/projekti/urbanfest/>
13. Zlatar, J. (2013): *Urbane transformacije suvremenog Zagreba*. Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu

8. Prilog

Prilog 1: Tablica dokumentiranog promatranja

BR.	MJESTO PROMATRANJA	DATUM I VRIJEME PROMATRANJA	REPRODUCIRANA FOTOGRAFIJA
1.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Gundulićeve ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16) i Gajeve ulica (4-9A)	17. 8. 2015., 10:38h	Sl. 12, Sl. 18
2.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Gundulićeve ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16) i Gajeve ulica (4-9A)	8. 9. 2015., 17:00h	Sl. 15, Sl. 16
3.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5)	20. 9. 2015., 16:30h	Sl.19
4.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Gundulićeve ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeve ulica (4-9A)	21. 09. 2015., 12:00h	Sl. 20
5.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5)	30.9.2015., 18:00h	Sl. 21, Sl.22
6.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	6.10.2015., 15:00h	Sl. 10
7.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Gundulićeve ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeve ulica (4-9A)	8.10.2015., 10:00h	Sl.23
8.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Gundulićeve ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeve ulica (4-9A)	10.10.2015., 16:00h	Sl. 24, Sl. 25
9.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Gundulićeve ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeve ulica (4-9A)	12.10.2015., 12:00h,	
10.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	7.10.2015., 15:00h	
11.	Bogovićeve ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovićeve ulica (1-5), Gundulićeve ulica (9-18), Teslina ulica (6-16)	27.10.2015., 15:50h	Sl.26

12.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	5.11.2015., 13:00h	Sl. 27
13.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	8.11.2015., 16:00h	
14.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	9.11.2015., 12:40h	
15.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	24.11.2015, 10:00h	
16.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	28.11.2015., 18:00h	Sl. 28
17.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	4.12.2015., 15:00h	
18.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	10.12.2015., 13:00h	Sl. 29
19.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	18.12.2015., 10:00h	SL. 30
20.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	26.12.2015., 14:00h	
21.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	29.12.2015., 11:30h	
22.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	9.1.2016, 13:00h	Sl.31
23.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	1.2.2016, 13:00h	Sl. 32
24.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	3.3.2016., 11:30h	
25.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5)	5.3.2016., 12:40h	Sl. 33

26.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5)	17.3.2016., 14:00h	Sl. 34
27.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	9.4.2016., 11:00h	Sl. 11, Sl. 35
28.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	18.4.2016., 17:00h	
29.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	30.4.2016, 13:20h	Sl. 36
30.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	7.5.2016, 12:20h	
31.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	16.5.2016., 19:00h	
32.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	2.6.2016, 20h	
33.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	13.6.2016, 18h	
34.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Teslina ulica (6-16)	5.7.2016, 10h	Sl. 37
35.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	15.7.2016, 18:30h	
36.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	2.8.2016, 10:00h	Sl. 14
37.	Bogovičeva ulica, Varšavska ulica (1-13), Preradovičeva ulica (1-5), Gunduličeva ulica (9-18), Masarykova ulica (1-17), Teslina ulica (6-16), Gajeva ulica (4-9A)	16.08.2016, 16:30h	Sl. 38

Prilog 2: Fotodokumentacija



Sl.18. Bogovićeva ulica, 17.08.2015



Sl.19. Varšavska ulica, 20.09.2015



Sl.20. Varšavska ulica, 21.09. 2015



Sl.21. Bogovićeva ulica, 30.08.2015



Sl.22. Varšavska ulica, 30.08.2015



Sl.23. Preradovićeva ulica, 10.10.2015



Sl.24. Preradovićeve ulica, 10.10.2015



Sl.25. Teslina ulica, 10.10.2015



Sl.26. Varšavska ulica, 27.10.2015



Sl.27. Preradovićeve ulica, 5.11.2015



Sl.28. Preradovićeve ulica, 28.11.2015



Sl.29. Preradovićeve ulica, 10.12.2015



Sl.30. Preradovičeva ulica, 18.12.2015



Sl.31. Teslina ulica, 9.1.2016



Sl.32. Varšavska ulica, 1.2.2016



Sl.33. Bogovičeva ulica, 5.3.2016.



Sl.34. Gajeva ulica, 17.3.2016.



Sl.35. Bogovičeva ulica, 9.4.2016.



Sl.36. Varšavska ulica, 30.4.2016.



Sl.37. Preradovičeva ulica, 9.7.2016.



Sl.38. Gajeva ulica, 16.8.2016.

Prilog 3: Protokol za intervju

Polustrukturirani intervju koji se provodi među studentima arhitekture, sociologije i povijesti umjetnosti sastoji se od navedenih pitanja:

1. Kako doživljavate prostore ulica označene na karti? Koja Vam je prva asocijacija na navedene prostore?
2. Osjećate li se ugodno na navedenom području. Što pogoduje Vašem osjećaju (ne)ugode?
3. Koliko često posjećujete navedene ulice? Koji je najčešći razlog Vašeg posjeta?
4. Kakve ste promjene tijekom posljednjih godina primijetili u navedenom prostoru?
5. Na navedenom području se nalazi mnoštvo ugostiteljskih objekata s pripadajućim terasama. Posjećujete li ih? Ako da, koji su razlozi vašeg odabira posjete terasa ugostiteljskih objekata na navedenim lokacijama? Ako ne, koji su razlozi zašto preferirate druge lokacije?
6. Što prema Vama označava komercijalizacija javnih prostora?
7. Na koji način se očituje komercijalizacija javnih prostora? Možete li navesti nekoliko primjera komercijalizacije javnih prostora u gradu Zagrebu?
8. Predstavlja li komercijalizacija javnih prostora generalno pozitivnu ili negativnu? Molim Vas objasnite.
9. S godinama svjedočimo povećanju broja ugostiteljskih objekata i pripadajućih terasa na navedenom području. Kako bi Vi okarakterizirali navedenu pojavu, da li je riječ o pomodnosti, poboljšanju turističke ponude, kulturnom fenomenu ili...)

10. Imate li neki prijedlog za (pre)oblikovanje navedenog prostora? Smatrate li kako treba ukloniti sve terase na navedenim lokacijama ili...?

11. Navedene se ulice često povezuju s pojmom *zagrebačka špica*. Što za vas označava taj pojam?

Polustrukturirani intervju koji se provodi među stručnjacima iz područja arhitekture, sociologije i povijesti umjetnosti sastoji se od navedenih tema:

1. Opis osnovnih značajki i karakteristika navedenog prostora ulica
2. Transformacija prostora ulice iz javnog u polu-javni prostor
3. Pozitivne i negativne strane komercijalizacije javnih prostora
4. *Zagrebačka špica* kao kulturni fenomen
5. Varšavska ulica – od simbola borbe protiv uzurpacije javnog prostora do niza ugostiteljskih objekata
6. Prijedlog za (pre)oblikovanje navedenog prostora